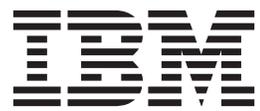
IBM Coremetrics AdTarget
Guia do Usuário

Nota
Antes de utilizar estas informações e o produto suportado por elas, leia as informações em “Avisos” na página 43.

A IBM Agradece os seus Comentários

Você pode enviar seus comentários para o seguinte endereço.

IBM Bay Area Lab

1001 E Hillsdale Boulevard

Foster City, California 94404

EUA

Você pode nos enviar os comentários eletronicamente usando um dos seguintes métodos:

Toll free
1+866-493-2673

Fax (EUA e Canadá):
1+650-762-1499

E-mail na Internet:
cm_support@us.ibm.com

World Wide Web:
www.coremetrics.com

Se quiser uma resposta, inclua seu nome, endereço, número de telefone ou de FAX. Certifique-se de incluir o seguinte em seu comentário ou nota:

- Título desse documento
- Número da página ou tópico relacionado ao seu comentário

Quando o Cliente envia informações à IBM, concede direitos não exclusivos à IBM para usá-las ou distribuí-las da maneira que achar conveniente, sem que isso implique em qualquer obrigação para com o Cliente.

Índice

Sobre o IBM Coremetrics

O IBM Coremetrics é líder em otimização de marketing. Seus produtos ajudam as empresas a otimizarem constantemente seus programas de marketing e apresentarem as melhores ofertas, a qualquer hora, em qualquer lugar, automaticamente. Mais de 2.100 brands on-line utilizam totalmente o Software como serviço (SaaS) do IBM Coremetrics para otimizar seu marketing on-line. As soluções integradas de otimização de marketing do IBM Coremetrics incluem recomendações personalizadas em tempo-real, envio de e-mail, exibição e direcionamento dos principais anúncios de rede e gerenciamento de ofertas do mecanismo de procura. As soluções das empresas são entregues na única plataforma analítica on-line que visa antecipar as necessidades de cada cliente, automatizar em tempo real as decisões de marketing e organizar as informações em todos os canais do cliente.

Para obter mais informações sobre este ou outros produtos do IBM Coremetrics, consulte Apêndice A, “Informações Adicionais de Contato”, na página 39.

Capítulo 1. Introduzindo o AdTarget

O AdTarget é uma plataforma de organização de dados líder do setor e um aplicativo de marketing on-line que permite a personalização e a otimização de campanhas publicitárias usando dados do visitante do Web site. Esta solução aproveita as extensas atividades do perfil do visitante e do visitante granular que são capturadas pelo IBM Coremetrics para incentivar níveis mais altos de relevância da propaganda e aumentar a reaquisição do visitante. Como cliente do AdTarget, você aumentará seu alcance de mercado (clientes potenciais) mais rapidamente colocando anúncios relevantes antes de públicos segmentados maiores e melhores. Você minimizará os custos de marketing aproveitando canais de custo inferior para readquirir visitantes registrados. As integrações de Parceiros de Rede do AdTarget eliminam obstáculos de marcação de site típicos e o IBM Coremetrics Web Analytics e o IBM Coremetrics Explore restringirão recursos de atribuição potentes para controlar como seus anúncios externos orientam várias atividades de conversão nos sites.

Privacidade do Consumidor e Opção de Não Utilização

O IBM Coremetrics coleta ou recebe informações do visitante da organização, mas não tem a propriedade das informações que são coletadas. Sua empresa designa qual tipo de dado ela deseja que seja coletado ou recebido em seu nome. Esses dados incluem, mas não se limitam a, indicação do mecanismo de procura, indicações de afiliados, tráfego orientado por banners ou outras promoções, navegação do visitante do site, páginas populares, itens colocados em carrinhos de compra ou abandonados nesses carrinhos, conversões e quais compras foram concluídas. Em cada contrato do Cliente, fica definido que o IBM Coremetrics não usará nenhum dado que seja coletado ou recebido em nome do Cliente, exceto o necessário para fornecer serviços a esse Cliente. Todas as informações sobre visitantes individuais a um Web site pertencem ao Cliente, não ao IBM Coremetrics. O IBM Coremetrics não permite que informações individuais coletadas por um Cliente sejam acessadas por qualquer outro Cliente do IBM Coremetrics.

Para essa finalidade, o AdTarget apenas organiza informações sobre a atividade e o segmento do visitante àqueles Parceiros de rede especificamente ativados e autorizados a usar a interface do AdTarget. Além disso, o AdTarget apenas organizará os eventos e transações de dados que você tiver especificamente configurado para cada Parceiro usando o AdTarget. Sua organização sempre mantém controle direto de quais Parceiros são autorizados a qualquer momento determinado e a natureza exata dos dados organizados para eles. É responsabilidade da sua organização estabelecer uma política de privacidade clara para clientes que visitam o site. Como sua organização pode alterar sua política de privacidade a qualquer momento sem consentimento ou supervisão do IBM Coremetrics, contamos com sua comunicação relativa à divulgação da coleta de dados e das práticas de uso para os visitantes e clientes de seu site. O IBM Coremetrics não determina e não é responsável por como os dados comportamentais organizados pelo AdTarget são usados.

O AdTarget permite manter o nível de confiança que sua organização trabalhou atentamente para estabelecer e manter com os visitantes e clientes de seu site. Sem restrição ao tipo de solução de cookie de não utilização que sua organização implementou com o IBM Coremetrics (por exemplo, Client Delegated First Party;

Third Party ou Client Managed First Party JavaScript), se um visitante do site tiver optado por não usar a coleta de dados do IBM Coremetrics em seu site, essa opção será respeitada também para a organização de dados do AdTarget. Especificamente, os visitantes de qualquer site que optem por permanecer anônimos de uma perspectiva de controle do IBM Coremetrics (isto é, aqueles que configuraram um cookie de não utilização do IBM Coremetrics) não terão nenhum dado que pertença a suas atividades no site organizado para as organizações de Parceiros que foram ativadas usando o AdTarget. Os visitantes poderão optar por não utilizar o controle e a organização de dados de maneira semelhante ou idêntica a que optaram atualmente por não utilizar o controle de analítica. A organização do AdTarget de transações de segmentos e eventos é baseada em um arquivo de regras (rules.js) configurado em um servidor IBM Coremetrics e transferido por download com a sessão de navegação de cada cliente. Se o servidor IBM Coremetrics vir um cookie de opção de não utilização enviado com um cookie de não utilização da primeira parte delegado pelo Cliente ou um cookie de não utilização de terceiros, o servidor enviará um arquivo rules.js em branco que assegurará que a organização de dados do AdTarget seja suprimida para esse visitante. Se sua organização estiver usando uma implementação JavaScript da primeira parte gerenciada, o sistema procurará um cookie de não utilização no domínio de sua organização e, se encontrar este cookie, ele suprimirá a organização de dados do AdTarget.

Recursos-Chave do AdTarget

Organização de Dados Inteligente:
O AdTarget, junto com a API do IBM Coremetrics, permite explorar a implementação de tag do IBM Coremetrics existente para organizar eventos de dados e segmentos de público para várias organizações de Parceiros de Rede do AdTarget. Você mantém controle direto sobre as empresas de destino comportamental com as quais deseja trabalhar e a natureza exata e os tipos de informações de visitantes que deseja que os Parceiros usem para exibir empresas de propaganda que eles executarão em seu nome.

Implementação & Integração Rápidas:
Nenhuma tag de site adicional do IBM Coremetrics ou de seu Parceiro é requerida com o AdTarget. É requerida apenas uma atualização nas bibliotecas de tags do IBM Coremetrics. A solução de API do AdTarget e do IBM Coremetrics aproveita a implementação de tag do site do IBM Coremetrics existente e elimina a necessidade de obter aprovação e de usar recursos de TI para implementar tags adicionais de terceiros nas páginas do site.

Segmentação Potente:
O AdTarget fornece um conjunto de ferramentas de definição de segmentação de público potente. Embora você possa organizar dados de nível de tag evento granular para seus Parceiros, também é possível definir os segmentos do visitante que são específicos às suas próprias exibições e iniciativas de propaganda. O AdTarget e a API do IBM Coremetrics avaliam as regras do segmento de público que você ativou com um Parceiro em tempo real enquanto um visitante está interagindo com seu Web site. Quando os critérios para um segmento do visitante tiverem sido atendidos, essas informações serão imediatamente passadas a seus Parceiros para que eles possam identificar esses membros do público e atender a mensagens publicitárias altamente relevantes da organização quando os membros forem reconhecidos desligados do site e fora da rede de Parceiros de sites de propaganda.

Objetivo Aumentado:
O AdTarget permite que você coloque rapidamente anúncios mais relevantes antes de públicos maiores e mais bem segmentados gerenciando simultaneamente vários Parceiros de Rede do AdTarget. Não há taxas extra para ativar a organização de dados por meio do AdTarget com várias organizações de Parceiros.

Documentação de Solução Adicional

Além deste Guia do usuário, outros documentos estão disponíveis para apresentar e educar sua organização sobre os recursos do AdTarget e o valor que ele pode oferecer.

Planilha de Dados do AdTarget
Este documento fornece uma breve visão geral de 2 páginas da proposta de valor do AdTarget.

AdTarget - Notas sobre o Release
Informações relacionadas a novos recursos que são, geralmente, disponibilizados para usuários licenciados do AdTarget serão incluídas nos documentos de notas sobre o release para cada liberação de versão principal do aplicativo.

AdTarget Testing Guide
A Coremetrics preparou um AdTarget Library and Data Syndication Testing Guide para assegurar que o AdTarget Client e integrações de tecnologia de Parceiros selecionadas tenham sido implementados com êxito.

Todos os documentos anteriores estão disponíveis no http://support.coremetrics.com/ (procure AdTarget para localizar links para estes documentos e para outra documentação de solução do AdTarget).

Atenção: A organização de dados usando o AdTarget apresenta um código de parceiro de rede aprovado, cookies ou ambos para o navegador de cada visitante do site. Portanto, é crucial que você realize um exercício de teste abrangente antes de mover qualquer organização para o estado **ATIVO**. Para facilitar esta tarefa, o IBM Coremetrics forneceu um teste chamado **ACTIVE_TEST** pelo qual cada organização do AdTarget deve passar.

Apenas o IBM Coremetrics cliente pode promover uma organização de dados do Parceiro para o estado **ATIVO**. Portanto, o cliente tem responsabilidade total por assegurar que nenhum problema ou conflito ocorra entre a funcionalidade do Web site e o código da organização do Parceiro do AdTarget.

O AdTarget Testing Guide (mencionado acima) detalha as etapas necessárias para testar as organizações no estado **ACTIVE_TEST**.

Requisitos do Sistema

Todos os usuários do IBM Coremetrics devem manter:

- Flash v10 -- http://get.adobe.com/flashplayer/
- Navegador: Internet Explorer v7 ao v9, Firefox v2 ao v4.
- RAM: 1G+

Requisitos de Uso do Aplicativo

Para facilitar a organização de dados diretamente do seu Web site para Parceiros de Rede do AdTarget, é necessário fazer uma atualização das bibliotecas de tags do IBM Coremetrics do site. A organização Serviços de Implementação do IBM Coremetrics irá ajudá-lo com as atualizações requeridas. Em resumo, as atualizações de bibliotecas requeridas incluem o seguinte.

- Será fornecido um arquivo eluminate.js atualizado. O arquivo deve ser atualizado no site ativo de sua organização. A atualização contém o código adicional que é necessário para enviar dados do IBM Coremetrics para os Parceiros do AdTarget selecionados.
- Devem ser especificados os IDs de Cliente para os quais os dados do AdTarget serão enviados aos Parceiros selecionados. Isso será realizado por meio de uma atualização no arquivo cmdatatagutils.js ou pela adição de uma única linha de código JavaScript ao código IBM Coremetrics em cada página. Se um novo arquivo cmdatatagutils.js for usado, o arquivo atualizado (fornecido por IBM Coremetrics) deverá ser hospedado no site ativo.

Para obter informações detalhadas sobre os requisitos de atualização da biblioteca de tags para o AdTarget que pertence especificamente à implementação do IBM Coremetrics para sua organização, entre em contato com seu representante de contas do IBM Coremetrics.

Nota: A funcionalidade de organização de dados do AdTarget estará inoperante até que as mudanças da biblioteca de tags tenham sido feitas e os arquivos atualizados tenham sido postados em seus sites.

Fornecimento de Aplicativo

Quando sua organização tiver executado um contrato de licença do AdTarget com o IBM Coremetrics, o AdTarget será ativado por Serviços de Fornecimento do IBM Coremetrics para os IDs do Cliente incluídos no contrato de licença. O aplicativo AdTarget é ativado por padrão apenas para contas de usuários que são membros do seu grupo de usuários Administrador. Se as contas do usuário que estiverem em outros grupos exigirem acesso ao AdTarget, ative o aplicativo para grupos de usuários subsequentes.

Administração de Usuário

Para ativar o AdTarget para grupos de usuários adicionais, um Administrador de sua organização precisa efetuar login no IBM Coremetrics Web Analytics para os ClientIDs aplicáveis e executar as etapas a seguir

1. Navegar até Administradores.

2. Clique no link Gerenciar Grupos.
3. Escolha criar ou editar o Grupo de Usuários.
4. Clique na caixa de seleção AdTarget para ativar o AdTarget para o grupo de usuários.

Acesso ao Aplicativo

Os usuários podem acessar o AdTarget das duas maneiras a seguir.

1. Usar o Web Analytics: Efetue login no Web Analytics e selecione a opção AdTarget no menu de navegação global.
2. Usar a Autenticação Direta: Insira http://adtarget.coremetrics.com em um navegador da Web suportado. A tela de login do AdTarget é exibida. Insira seu ID de cliente, o nome de usuário e a senha para autenticar diretamente no aplicativo.

Capítulo 2. Usando o AdTarget

Visão Geral do Aplicativo

O IBM Coremetrics AdTarget junta-se ao IBM Coremetrics Search Marketing, ao IBM Coremetrics Intelligent Offer e ao IBM Coremetrics LIVEmail na Plataforma de Otimização Contínua do IBM Coremetrics. O AdTarget é um aplicativo de marketing digital que facilita a otimização de campanhas publicitárias executadas por Parceiros de destino de anúncio líderes do setor. O AdTarget é a solução para manter controle direto sobre seu nível de organização de dados com Parceiros, criar e implementar a lógica de segmentação de público e avaliar a eficácia das campanhas publicitárias. A interface com o usuário do AdTarget é dividida em três guias principais ou áreas de funcionalidade:

- Relatório
  - Quais campanhas publicitárias estão sendo bem executadas e quais não estão atendendo meus objetivos?
  - Como estão sendo executadas as campanhas por meus diferentes Parceiros?

  Na guia Relatório do AdTarget, os relatórios da campanha permitem que os responsáveis pelo marketing controlem o desempenho de programas de propaganda externa que você ativou. Os relatórios de desempenho do AdTarget fornecem métricas de nível de resumo para os programas e o direcionarão para áreas que você pode querer analisar melhor com soluções de atribuição de marketing do líder do setor do IBM Coremetrics. O desempenho de atribuição de clique pode ser analisado detalhadamente com o relatório Programas de Marketing do Web Analytics e a solução Impression Attribution oferece a capacidade de atribuir conversão a impressões de propaganda externa no IBM Coremetrics Explore.
- Integração
  - Como posso trabalhar com vários Parceiros e enviar a cada um diferentes tipos de dados comportamentais do visitante específicos aos tipos de programas de propaganda que desejo que cada Parceiro execute?
  - Como posso especificar diretamente segmentos de público com base na atividade do visitante em tempo real do meu site para fins de um novo destino ou uma nova aquisição?
  - Desejo manter controle completo sobre os dados de atividade do site da minha organização e com que terceiros desejo compartilhar dados.

  Na guia Integração do AdTarget, você controla com quais Parceiros de Rede do AdTarget deseja trabalhar e o nível específico de organização de dados que deseja ativar para cada Parceiro. A interface arrastar e soltar intuitiva da guia Integração torna a organização de dados com Parceiros extremamente fácil. Selecione os Parceiros com os quais deseja trabalhar e os tipos de dados que deseja que essas organizações aproveitem nas campanhas publicitárias que executarão em seu nome. Na página Integração, você mantém controle completo sobre a organização de dados de sua organização por meio da API do IBM Coremetrics. É possível alterar os dados especificados para organização a qualquer momento. Além disso, é possível desativar completamente a organização de dados com um Parceiro ativado anteriormente a qualquer momento. Não há chamados de solicitação de trabalho para arquivo com o IBM Coremetrics ou com suas organizações de Parceiros porque você auto-gerencia a organização de dados por meio do AdTarget.
- Gerenciamento

– Quais segmentos de público meus Gerentes de Marketing criaram?
– Qual é o status da organização de dados com meus Parceiros de Destino de Propaganda?

Na guia Gerenciamento do AdTarget, você pode revisar o estado atual das Organizações do seu Parceiro. A API do IBM Coremetrics facilita solicitações entre sua organização e um Parceiro específico. O aplicativo AdTarget fornece o status atual (como ativo ou solicitação pendente) das organizações de seu Parceiro. Além disso, a Guia Gerenciamento permite revisar todos os segmentos do visitante que foram criados no AdTarget para que sejam usados especificamente para campanhas publicitárias.

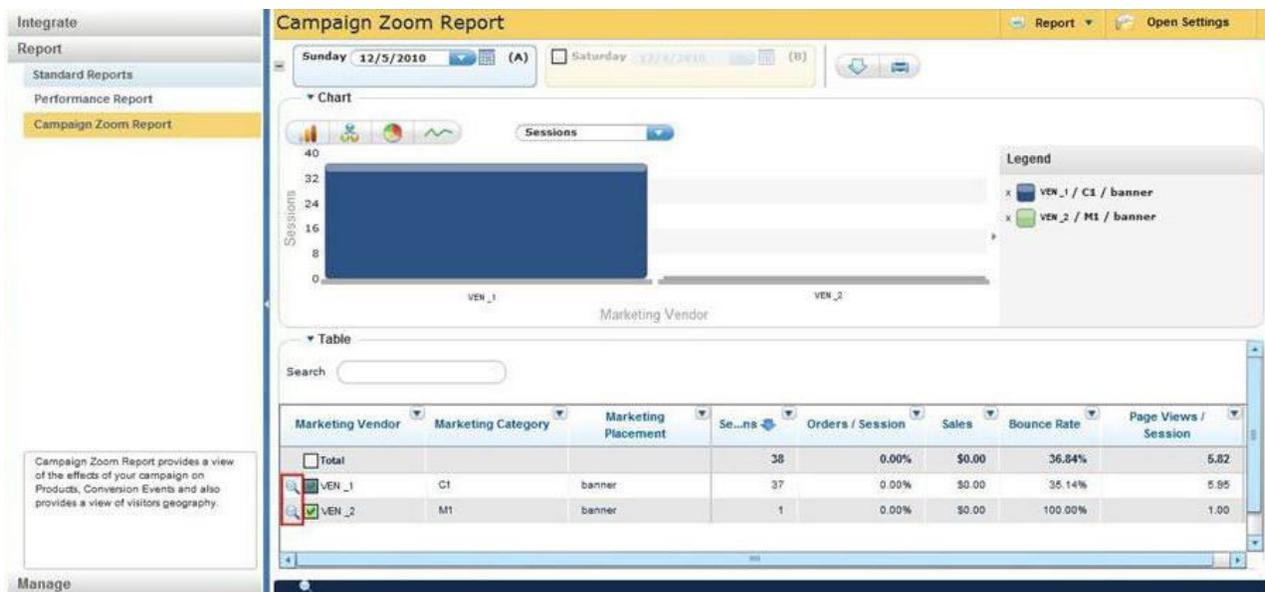
Menu Relatório

Apesar da análise detalhada da atribuição e da exploração ad hoc ainda ser oferecida no Web Analytics e no Explore, o AdTarget oferece um relatório nativo que permite que os gerentes de marketing publicitário percebam como está sendo o desempenho de várias campanhas. O AdTarget fornece dois relatórios padrão.

Relatório de Desempenho

O Relatório de Desempenho de Campanha do AdTarget fornece uma visualização do desempenho diário de suas campanhas publicitárias. O Relatório de Desempenho é um relatório de lista simples em que os códigos de Fornecedor de Marketing, Categoria, Posicionamento e Item (códigos MMC para os links da campanha publicitária) foram pré-configurados como colunas de exibição. Algumas métricas de KPI, como Sessões, Taxa de Rejeição, Vendas e assim por diante, são fornecidas para análise. Todos os recursos do relatório padrão para a seleção de intervalos de datas, visualização de um gráfico de tendência, anotação de um relatório e assim por diante também foram fornecidos.

Relatório de Zoom da Campanha

O Relatório de Zoom da Campanha do AdTarget fornece uma visualização dos efeitos de sua campanha sobre Produtos e Eventos de Conversão e fornece uma visualização das geografias do visitante. O Relatório de Zoom da Campanha é um relatório de lista simples no qual três relatórios de zoom de relações foram aplicados. O primeiro zoom de relações focaliza nas vendas de produtos associadas a um determinado código da campanha. O segundo zoom de relações oferece detalhes sobre eventos associados a um código de campanha especificado. O terceiro zoom oferece análise de cidade, país e estado para suas campanhas publicitárias. É possível alternar entre relatórios de zoom de relações usando o menu suspenso localizado no canto superior esquerdo do relatório de zoom.

Para que os dados da campanha publicitária sejam preenchidos com êxito nos relatórios do AdTarget nativos, é necessário que você inclua um código do AdTarget nos parâmetros MMC especificados para controlar o desempenho da campanha externa. Os relatórios do AdTarget incluem dados para sessões MMC em que um prefixo `at_` é incluído no parâmetro *Posicionamento* do código de controle MMC. Os códigos MMC do IBM Coremetrics são uma hierarquia de quatro categorias que pode ser usada para organizar sua análise da campanha de marketing, sendo que as quatro categorias são:

```
<Fornecedor><Categoria><Posicionamento>e<Item>
```

Se o prefixo `at_` não estiver presente no parâmetro *Posicionamento* de uma URL para uma propaganda, o tráfego desse visitante não será incluído nos relatórios do AdTarget. Entretanto, esse tráfego continuará a ser incluído no relatório padrão Programas de Marketing no Web Analytics.

Código MMC de Exemplo:

```
http://www.Clientsite.com/...&cm_mmc=Vendor-_-Category-_-at_Placement-_-Item
```

Nota: Uma análise detalhada de atribuição de clique e de desempenho geral da campanha é oferecida nos serviços padrão do Web Analytics. É possível usar o relatório Programas de Marketing para uma análise detalhada da atribuição de clique e para verificar o desempenho relativo de uma campanha publicitária para outra. Além disso, pode avaliar a eficácia do seu canal publicitário em comparação com outros esforços pagos de marketing, como e-mail, procura e assim por diante.

A exploração de dados customizados é oferecida no Explore para clientes que licenciaram essa solução.

Além disso, é possível licenciar o módulo do Impression Attribution para controlar a eficácia de suas impressões da propaganda externa na conversão do site. O relatório do Impression Attribution é fornecido no Explore.

Para obter mais informações sobre a solução Impression Attribution, entre em contato com seu representante de contas do IBM Coremetrics ou revise a documentação fornecida no http://support.coremetrics.com/ (procurar por IBM Coremetrics Impression Attribution).

Menu Integração

O menu Integração do AdTarget é o console para configurar a organização de dados com vários Parceiros de Rede do AdTarget. Há três etapas para solicitar a ativação da organização de dados com um Parceiro selecionado.

1. Selecione um Parceiro de Rede do AdTarget A interface com o usuário arrastar e soltar intuitiva do AdTarget facilita a ativação do Parceiro. Selecione o Parceiro de destino de propaganda com o qual deseja trabalhar na lista de Parceiros fornecida no quadro à esquerda e arraste o Parceiro para o quadro à direita.
2. Especifique o tipo de dado a organizar. Selecione os tipos de eventos de organização de dados e também os segmentos de público padrão ou customizado que deseja passar para o Parceiro selecionado. O AdTarget oferece alguns segmentos de boas práticas e também uma interface com o usuário de especificação de segmento completo para definir seus próprios segmentos customizados. Você pode selecionar até 10 segmentos a organizar por Parceiro ativo.
3. Ativação da organização de dados da solicitação. Depois que a organização de dados com um Parceiro tiver sido ativada, você poderá alterar a configuração dessa organização de dados a qualquer momento. Simplesmente acesse a guia Integração e clique no ícone para o Parceiro cuja organização de dados deseja editar. A guia Integração será atualizada com as seleções da organização de dados atuais para esse Parceiro. É possível incluir ou remover eventos de transação e segmentos e, em seguida, salvar as mudanças na configuração. Seu Parceiro será notificado das mudanças na configuração da organização de dados. Se você tiver especificado serviços de notificação por e-mail, os usuários especificados receberão uma notificação por e-mail do IBM Coremetrics sobre a mudança.

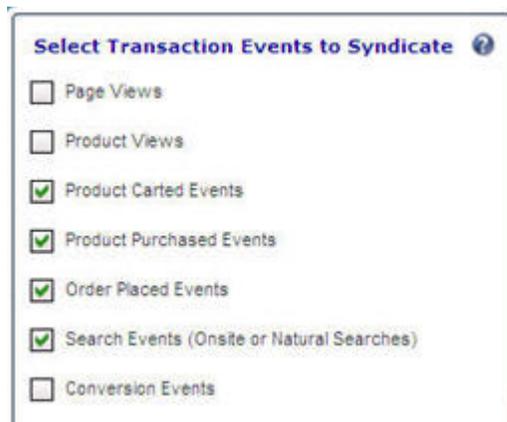
Depois que a organização de dados com um Parceiro tiver sido ativada, você poderá alterar a configuração dessa organização de dados a qualquer momento. Simplesmente acesse a guia Integração e clique no ícone para o Parceiro cuja organização de dados deseja editar. A guia Integração será atualizada com as seleções da organização de dados atuais para esse Parceiro. É possível incluir ou remover eventos de transação e segmentos e, em seguida, salvar as mudanças na configuração. Seu Parceiro será notificado das mudanças na configuração da organização de dados e, se você tiver especificado serviços de notificação por e-mail, os usuários especificados receberão uma notificação por e-mail do IBM Coremetrics sobre a mudança.

Nota: O salvamento de uma configuração da organização de dados para um Parceiro envia uma solicitação àquele Parceiro para ativar (ou aprovar) a solicitação de organização de dados de sua organização. Os dados não serão organizados do seu site até que o Parceiro aprove sua solicitação. Consulte a seção “Configurando a Organização de Dados de Produção” deste Guia do Usuário para obter informações adicionais sobre os tipos específicos de organização de dados que você pode ativar com o AdTarget.

Organização de Eventos de Transação

O AdTarget melhora a necessidade de implementar tags adicionais do site de terceiros para parceiros de rede publicitária porque a solução permite selecionar os tipos de tag específicos ou os eventos de transação do site do visitante que você deseja organizar para um parceiro para uso em uma campanha publicitária destinada. Há sete eventos de transação suportados pelo AdTarget.

Select Transaction Events to Syndicate

- [ ] Page Views
- [ ] Product Views
- [x] Product Carted Events
- [x] Product Purchased Events
- [x] Order Placed Events
- [x] Search Events (Onsite or Natural Searches)
- [ ] Conversion Events

Eventos de Visualização da Página

Os eventos de visualização da página são enviados quando uma página marcada de forma diferente em seu site é visualizada por um visitante. O evento de visualização da página envia o ID da página, nome e categoria para o parceiro e também os atributos de página opcionais que podem ter sido configurados para serem capturados nas tags de visualização da página do IBM Coremetrics.

Eventos de Visualização do Produto

Os eventos de visualização do produto são enviados quando uma Página do Produto marcada de forma diferente em seu site é visualizada por um visitante. O evento de visualização do produto envia o ID do produto, nome e categoria para o parceiro e também os atributos opcionais do produto que podem ter sido configurados para serem capturados nas tags de visualização do produto do IBM Coremetrics.

Eventos Colocados no Carrinho de Compras

Os eventos colocados no carrinho de compras são enviados quando um item individual é incluído em um carrinho de compras em seu site por um visitante. O evento colocado no carrinho de compras envia o ID do produto, nome, categoria, quantidade e preço para seu parceiro e também os atributos opcionais do produto que podem ter sido configurados para serem capturados nas identificações da compra do IBM Coremetrics.

Eventos Comprados do Produto

Os eventos comprados do produto são enviados quando um visitante conclui uma transação para um item individual em seu site. O evento comprado do produto envia o ID do produto, nome, categoria, quantidade, número do pedido, preço total do pedido e preço base para seu parceiro e também os atributos opcionais do produto que podem ser sido configurados para serem capturados nas identificações da compra do IBM Coremetrics.

Eventos Colocados do Pedido

Os eventos colocados do pedido são enviados quando você conclui uma transação do visitante e gera um número de identificação do pedido para a

transação. O evento colocado do pedido envia o número do pedido, o valor total do pedido, a cidade do cliente, estado e CEP para o parceiro e também os atributos opcionais do pedido que podem ter sido configurados para serem capturados nas identificações do pedido do IBM Coremetrics.

Eventos de Procura (Procuras no Site ou Naturais)
Os eventos de procura no site ou de procura natural são passados quando um visitante chega em seu site usando um mecanismo de procura principal ou quando ele executa uma procura no site durante uma visita. O evento de procura envia um código para o parceiro para indicar se a procura era uma procura no site ou uma gerada por um dos principais mecanismos de procura (Google, Yahoo!, MSN ou AOL). O evento de procura também envia o termo de procura, a contagem do resultado da procura (apenas se o tipo for procura no site) e um parâmetro indicando se a procura externa era de um link de procura pago ou natural.

Eventos de Conversão
Os eventos de conversão são usados para identificar conversões do site relacionadas não comerciais, como fazer download de documentação, ler um artigo, assistir a um vídeo de marketing e assim por diante. O evento de conversão envia o ID de evento, categoria, tipo de ação (1 – iniciado e 2 – concluído) e pontos de eventos para o parceiro e também os atributos opcionais de página que podem ter sido configurados para serem capturados nas identificações de eventos de conversão do IBM Coremetrics.

Com o AdTarget, você mantém controle direto sobre quais eventos de transação deseja compartilhar com qualquer parceiro. As caixas de seleção próximas a cada tipo de evento ditam quais elementos de dados você deseja organizar com o parceiro selecionado. É possível configurar um, nenhum ou todos os eventos para organização com até três Parceiros do AdTarget simultaneamente. Além dos eventos de transação, ou no lugar deles, você pode selecionar segmentos de público específicos para organização. Você pode selecionar até 10 segmentos a organizar por parceiro ativo.

Organização do Segmento de Público

Além de enviar eventos de transação do site em tempo real à medida que os visitantes atravessam seu site, você pode configurar o AdTarget para organizar informações do identificador de segmentos para parceiros para uso em campanhas publicitárias que eles executam em seu nome. O AdTarget fornece recursos potentes de definição de segmentos de público ad hoc e também fornece alguns segmentos prontos para utilização para ajudá-lo a começar. Para ver a lógica de segmento de público que o AdTarget fornece por padrão, selecione **Segmentos padrão** no menu suspenso **Categoria do Segmento**.

Segmentos Padrão

Visitantes de Carregamento Direto
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que esteja usando um carregamento direto para acessar seu site.

Visitantes de Site de Referência
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que esteja usando um site de referência para acessar seu site.

Visitantes de Programa de Marketing
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que esteja usando um programa de marketing do IBM Coremetrics para acessar seu site.

Visitantes de Alto Comprometimento
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que esteja acessando mais de cinco páginas em seu site durante a sessão e cuja duração de sessão excede 300 segundos.

Novos Visitantes da Sessão
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que esteja acessando seu site pela primeira vez durante sua sessão.

Visitantes de Sessão de Repetição
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que não esteja acessando seu site pela primeira vez durante sua sessão.

Compradores
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que coloque uma ordem em seu site durante sua sessão.

Inicializadores de Eventos
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que inicie pelo menos um evento de conversão em seu site durante sua sessão.

Visitantes da Procura Natural
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que acesse seu site por meio de uma procura natural durante sua sessão.

Concluidores de Eventos
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que conclua pelo menos um evento de conversão em seu site durante sua sessão.

Destino Geo: Visitante EST
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como sendo do fuso horário EST, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

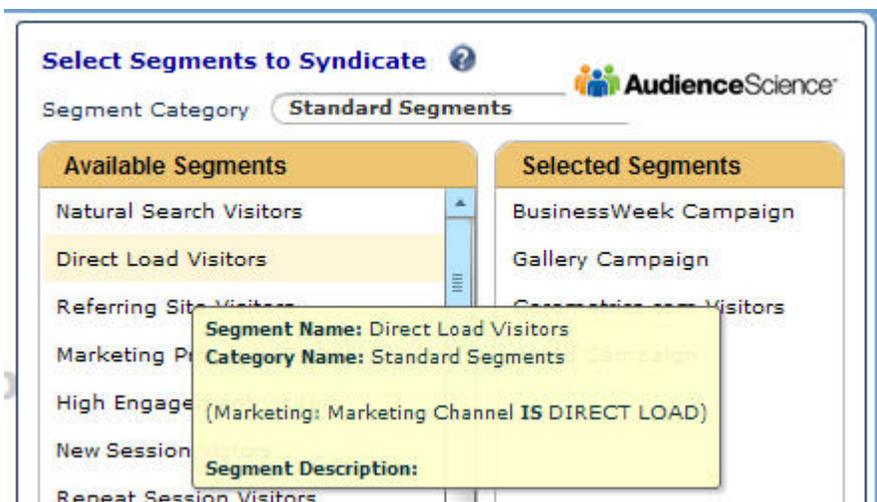
Destino Geo: Visitante CST
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como sendo do fuso horário CST, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

Destino Geo: Visitante MST
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como sendo do fuso horário MST, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

Destino Geo: Visitante PST
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como sendo do fuso horário PST, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

Destino Geo: Visitante US
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como sendo do US, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

Destino Geo: Visitante Não US
Um segmento de público que consiste em qualquer visitante que seja identificado como não sendo do US, com base na configuração do fuso horário do seu computador.

Passe o mouse sobre qualquer segmento para ver os critérios do segmento exatos para esse segmento.

Os segmentos padrão que são fornecidos pelo AdTarget podem ser usados diretamente ou podem ser um ponto de início para definir um grupo de visitantes do site que você deseja ter como destino com propagandas externas. Para selecionar um segmento padrão, arraste e solte o segmento desejado da lista Segmentos Disponíveis para a caixa Segmentos Selecionados ou dê um clique duplo nos segmentos para selecioná-los. Para remover um segmento selecionado anteriormente, dê um clique duplo no segmento e arraste e solte-o de volta na lista de Segmentos Disponíveis ou destaque-o e clique em **Remover**.

Para usar a lógica que é aplicada a um segmento padrão como o ponto de início para uma definição de segmento customizado, clique no segmento e selecione clique em **Copiar**. A tela de edição Copiar Segmento é exibida, o que permite editar a lógica existente ou aprimorá-la com critérios adicionais. Os recursos de criação de segmentação espelham a funcionalidade que é fornecida no Explore.

Segmentos Novos ou Customizados

Para criar um novo segmento de público a ser usado com o AdTarget, clique em **Novo** e a interface com o usuário Novo Segmento será exibida.

1. Selecione uma categoria existente ou crie uma nova categoria à qual você gostaria que seu novo segmento fosse designado.
2. Forneça um nome para o segmento.
3. Selecione seus critérios e reúna-os para definir o segmento. O exemplo a seguir mostra um segmento de público de pesquisadores pagos do Google comprometidos, em que os critérios do segmento consistem em sessões do visitante e, onde os programas de marketing forem Google, haja pelo menos uma visualização de 5 páginas e tenha uma duração de pelo menos 500 segundos.

Ao criar seu segmento de público do AdTarget, escolha um critério (por exemplo, Página contém esportes) ou reúna vários critérios, como Fornecedor de Marketing ou Nome do Produto.

Edite, Copie ou Exclua um Segmento Existente

Para editar um segmento existente, selecione o segmento desejado e clique em **Editar Segmentos**. Você receberá um aviso se este segmento já estiver sendo usado em outras organizações de Parceiros criadas.

Para copiar um segmento existente, clique em **Copiar Segmentos**.

Para excluir um segmento existente, clique em **Excluir**. Você receberá um aviso se este segmento estiver sendo usado em outros relatórios. Tenha cuidado, pois uma exclusão é global e afetará outras organizações do Parceiro que estão atualmente em vigor.

Para qualquer organização única de dados do Parceiro do AdTarget, você pode configurar até 10 segmentos. Quando tiver atingido esse limite, você não conseguirá incluir mais nenhum segmento da tabela Segmentos Disponíveis na tabela Segmentos Selecionados.

Notificação por E-mail

A guia Integração fornece uma caixa de texto Notificação por E-mail na qual é possível inserir vários endereços de e-mail que correspondem a indivíduos que devem ser notificados sempre que o estado de uma organização de dados do Parceiro for alterada. O IBM Coremetrics envia notificações por e-mail a todos esses indivíduos sempre que as solicitações de ativação de organização do Parceiro forem enviadas, aceitas ou desativadas.

Status do Parceiro

A guia Integração exibe os Parceiros do AdTarget atualmente configurados. É possível alternar entre vários Parceiros clicando nos logotipos na parte inferior da interface com o usuário da guia Integração.

Passe o mouse sobre o botão **Parceiro** ou na cor do indicador de status exibido para um Parceiro para verificar o status atual da organização de um Parceiro.

Menu Gerenciamento

o menu Gerenciamento do AdTarget permite monitorar as organizações de dados do Parceiro, gerenciar os segmentos de público do AdTarget e gerenciar as anotações criadas no relatório nativo do AdTarget. Há três seções no menu Gerenciamento.

Organizações de Parceiros

A página Organizações de Parceiros exibe uma tabela que informa o estado atual de todos os seus Parceiros do AdTarget. É possível ver se a organização de dados está ativa, pendente e assim por diante para cada Parceiro. Além disso, é possível desativar a organização com um Parceiro desta página de administração e executar algumas operações de gerenciamento adicionais.

Segmentos

Além de gerenciar segmentos durante o processo de configuração de Organização de Parceiros, você pode gerenciar segmentos do AdTarget da tela **Gerenciar** > **Segmentos**.

Clique na categoria do segmento para localizar o segmento desejado e, em seguida, escolha editar, copiar ou excluir. Como alternativa, você pode criar um novo segmento clicando em **Criar Novo Segmento**. Este segmento não será aplicado a nenhuma Organização de Parceiros até você selecioná-lo quando configurar um novo Parceiro ou quando editar um Parceiro existente. Clique nos cabeçalhos da coluna para classificar os campos.

Anotações

Os relatórios do AdTarget nativo suportam a maioria dos recursos de relatório padrão incluindo anotações. Além de gerenciar anotações de data passando o mouse sobre elas e clicando em Editar ou Excluir quando estiver sobre uma visualização de tendência, você pode gerenciar anotações da tela AdTarget **Gerenciar** > **Anotações**.

Localize a anotação que deseja gerenciar e escolha Editar ou Excluir. Clique nos cabeçalhos da coluna para classificar os campos.

Capítulo 3. Parceiros de Rede do AdTarget

A organização de dados usando a API do AdTarget e do IBM Coremetrics está disponível para uso com muitas firmas de liderança e de destino. A lista Parceiros de Rede do AdTarget é constantemente atualizada para incluir novos parceiros. Todos os Parceiros do AdTarget atualmente implementados aparecem na interface com o usuário do aplicativo.

Importante:

A organização de dados usando o AdTarget introduzirá os cookies ou o código do parceiro de rede aprovado ou ambos ao navegador do visitante de cada site. Portanto, é crucial que você realize um exercício de teste abrangente antes de mover qualquer organização para o estado ATIVO. Para facilitar esta tarefa, o IBM Coremetrics forneceu um estado de teste chamado ACTIVE_TEST pelo qual cada organização do AdTarget deve passar.

Apenas o cliente do IBM Coremetrics pode promover uma organização de dados do Parceiro para o estado ATIVO. Portanto, o cliente tem responsabilidade total por assegurar que nenhum problema ou conflito ocorra entre a funcionalidade do Web site e o código de organização do Parceiro do AdTarget.

O AdTarget Testing Guide (disponível no Centro de Suporte ao Cliente do IBM Coremetrics) detalha as etapas que são necessárias para testar as organizações no estado ACTIVE_TEST.

Nota:

O AdTarget facilita a organização dos dados de atividade dos visitantes do site com as organizações de Parceiros com quem você escolhe trabalhar. Sua organização deve contratar separadamente com cada Parceiro com quem você deseja organizar dados, com relação às campanhas publicitárias que deseja implementar usando os serviços do Parceiro. Se precisar de assistência com as introduções a qualquer uma das organizações do Parceiro de Rede do AdTarget, entre em contato com seu representante de contas do IBM Coremetrics para que o encaminhe às pessoas certas da organização de cada Parceiro.

Se tentar ativar a organização de dados com um Parceiro quando nenhuma ordem de inserção ou outro contrato de serviços publicitários estiver estabelecido com o Parceiro, o Parceiro provavelmente rejeitará a solicitação da organização de dados.

Parceiros Futuros do AdTarget

O IBM Coremetrics incluirá mais firmas de destino comportamental em sua lista de parceiros do AdTarget. Se você atualmente trabalhar com organizações diferentes daquelas listadas no **Menu Integração** > **Lista de Parceiros** e quiser que elas sejam integradas ao AdTarget, entre em contato com o representante de contas do IBM Coremetrics.

Certificação do Parceiro

Como parte do processo de certificação do IBM Coremetrics para Parceiros do AdTarget, o objetivo principal do IBM Coremetrics é assegurar que o parceiro esperado demonstre um completo entendimento da API e da integração da organização de dados com o IBM Coremetrics. O IBM Coremetrics testa todas as chamadas da API e os eventos de organização de dados com parceiros esperados durante o processo de certificação para assegurar que seu código de integração funcione corretamente nas principais versões do navegador e que a latência solicitação-resposta se encaixe nos limites aceitáveis. Como cada site do cliente pode ser implementado de uma maneira exclusiva com muitas outras tecnologias do fornecedor e código aplicados, os parceiros podem precisar de uma mudança em sua integração para suportar as necessidades específicas de um cliente. O IBM Coremetrics não pode certificar cada integração cliente-parceiro exclusiva, mas tem fornecido alguns mecanismos potentes para que o parceiro e o cliente possam testar a organização antes de promovê-la para a produção.

1. **AdTarget - Modo ACTIVE_TEST:** Por padrão, qualquer organização aprovada pelo parceiro com um Cliente do IBM Coremetrics é automaticamente colocada no modo **Active-Test**. O modo Active-Test desativa a organização de dados para todos os visitantes do Web site de produção do cliente, exceto os visitantes que configuraram um cookie de teste do IBM Coremetrics específico em seu navegador. Enquanto o cliente e o parceiro estiverem no modo Active-Test, eles deverão testar a organização de dados para assegurar que nenhum impacto inesperado no site do cliente seja descoberto. Quando o cliente e o parceiro tiverem testado o suficiente a organização de dados do AdTarget no modo Active-Test, o cliente poderá promover a organização para o modo **Active**, em que cada visitante do site (diferente daqueles que optaram por não participar do controle do site) será incluído na organização de dados do AdTarget que é especificada entre o cliente e o parceiro.

   CUIDADO:
   Se for observado qualquer comportamento inesperado do site e você acreditar que isso possa ser atribuído à organização de dados do AdTarget com seu parceiro selecionado, desative a organização voltando para o modo Active-Test. É fornecido um botão na página Gerenciar > Organização do Parceiro que permite desativar a organização Active com um parceiro. Consulte Capítulo 4, "Configurando a Organização de Dados de Produção", na página 23 para obter mais informações.

2. **IBM Coremetrics Monitoramento de Javascript do Parceiro:** Todos os AdTarget Parceiros compreendem a importância de notificar Clientes sempre que forem

necessárias mudanças à sua integração IBM Coremetrics. Para monitorar proativamente as integrações baseadas em JavaScript do parceiro, o IBM Coremetrics fará uma captura instantânea e uma versão de todo o Javascript do Parceiro que está hospedado no local fornecido pelos parceiros para que o IBM Coremetrics possa monitorar as mudanças. O IBM Coremetrics verifica os arquivos JavaScript do parceiro a cada 10 minutos. Se um JavaScript do parceiro for alterado, serão enviados e-mails de alerta para a equipe de suporte apropriada do AdTarget no IBM Coremetrics para que a equipe de suporte possa entrar em contato com o parceiro ou quaisquer Clientes do IBM Coremetrics com quem a organização de dados Ativa foi ativada com o parceiro. O monitoramento de JavaScript do Parceiro do IBM Coremetrics não elimina o risco de um parceiro alterar sua integração sem notificar nossos clientes, mas ele ajudará o IBM Coremetrics e nossos clientes a desativarem a organização proativamente se a mudança tiver um impacto negativo em seu site.

Capítulo 4. Configurando a Organização de Dados de Produção

O processo de configurar a organização de dados com um parceiro usando a interface com o usuário do AdTarget é direto, mas há algumas etapas de comunicação que são necessárias para promover um parceiro para a organização de dados de produção (também conhecida como Ativa). A seguir, são apresentadas as etapas necessárias para iniciar a organização de dados de produção com um parceiro.

1. O Cliente Configura a Organização do Parceiro Primeiro, selecione um parceiro que você deseja configurar para a organização de dados do AdTarget. Especifique os eventos de transação e os segmentos que deseja enviar para o parceiro com base no tráfego do site do visitante (consulte "Organizações de Parceiros" na página 17 para obter mais informações sobre as opções de organização de dados disponíveis). Quanto tiver salvo a configuração da organização de dados de um parceiro, você observará que o ícone Parceiro é configurado como um estado **Pendente** para indicar que você solicitou a organização de dados, mas o parceiro ainda não aprovou sua solicitação. Usando a integração com a API do IBM Coremetrics, os parceiros monitoram solicitações do Cliente do AdTarget que são enviadas do aplicativo e respondem às solicitações de organização de dados de clientes.

   Se um parceiro selecionado não responder (aceitar ou rejeitar) à sua solicitação de organização de dados, entre em contato com esse parceiro diretamente. Se precisar de mais assistência, entre em contato com o IBM Coremetrics Solution Architect.

   Nota: Os Parceiros se reservam o direito de rejeitar solicitações de organização de dados de Clientes do AdTarget ou de desativar a organização de dados Ativa com um cliente. Os Parceiros esperam ter relacionamentos publicitários estabelecidos com sua organização antes de permitir solicitações de organização de dados. Se um parceiro rejeitar sua solicitação de organização ou desativar uma que já esteve anteriormente em um estado Ativo, a guia Integração do AdTarget atualizará o status para esse parceiro de acordo com isso. A seguir, é apresentado um exemplo de uma ação de desativação de organização do parceiro.

2. Parceiro Aprova a Organização Como a organização de dados envolve código de terceiros criado pelo Parceiro do AdTarget que pode apresentar alguns efeitos indesejados no site de sua organização, o IBM Coremetrics não ativa imediatamente a organização de dados na aprovação do parceiro. Quando um parceiro aprova uma solicitação de organização de dados do AdTarget de um cliente, a organização de dados é ativada no modo Active-Test. O modo Active-Test assegura que o código de integração do parceiro para a organização de dados seja chamado do Web site de produção do cliente apenas se um cookie de teste for configurado no navegador do visitante.

   O cliente e o parceiro podem configurar um cookie de teste que faz com que a biblioteca do IBM Coremetrics JavaScript seja executada no modo de teste e carregue configurações para parceiros no modo de teste.

   Para configurar o cookie de teste do AdTarget, carregue o site do cliente (navegando até a página inicial do Cliente, por exemplo, `http://www.Client-site.com/`) e, em seguida, cole o seguinte na barra de endereço do navegador:

   ```
   javascript:(function() {document.cookie="CorePartnerMode=TEST"}())
   ```

Este código configura o cookie no domínio da página (por exemplo, `www.Partner-site.com`). Para configurar o cookie em um domínio de nível superior, use o seguinte (em substituição ao domínio apropriado):

```
javascript:(function() {document.cookie="CorePartnerMode=TEST;domain=.Partner-site.com"}())
```

Nota: É muito importante para os representantes de organizações do cliente e do parceiro testar a organização de dados do AdTarget enquanto estão no modo "Active-Test em vez de promover imediatamente a organização de dados para o modo Ativo (produção). Como seu site pode ter o código de outros terceiros ou pode ter outro código exclusivo implementado no site, é importante assegurar que a integração da organização de dados do AdTarget do parceiro esteja funcionando corretamente com seu site. Apenas depois que o cliente e o parceiro tiverem testado totalmente a solução, a organização de dados do AdTarget deverá ser promovida para o estado Ativo.

3. Promovendo um Parceiro para Produção

   CUIDADO:
   A organização de dados usando o AdTarget introduzirá cookies ou código do parceiro de rede aprovado para o navegador do visitante de cada site. Portanto, é crucial que um exercício de teste abrangente seja realizado antes de mover qualquer organização para o estado ATIVO. Para facilitar esta tarefa, o IBM Coremetrics forneceu um estado de teste chamado ACTIVE_TEST pelo qual cada organização do AdTarget deve passar.

   Apenas o cliente do IBM Coremetrics pode promover uma organização de dados do parceiro para o estado ATIVO. Portanto, o cliente tem responsabilidade total por assegurar que nenhum problema ou conflito ocorra entre a funcionalidade do Web site e o código da organização do Parceiro do AdTarget.

   Consulte o AdTarget Testing Guide, disponível em http://support.coremetrics.com/ (procura por IBM Coremetrics Import - Notas sobre o Release), para obter mais informações sobre as etapas necessárias para testar as organizações no estado ACTIVE_TEST.

   Assim que o teste for concluído, a página Organizações de Parceiros da guia Gerenciamento do AdTarget será usada para promover a organização de dados com o parceiro para produção. Navegue até a **guia Gerenciamento** > **página Organizações de Parceiros** e clique em **Mudar este Parceiro para o estado Ativo** para promover o parceiro selecionado do modo de teste para produção. O modo Ativo significa que a organização de dados com o parceiro começará para todos os visitantes do site de acordo com os parâmetros de configuração especificados no aplicativo AdTarget e sujeitos a que os visitantes individuais do site não tenham optado por não utilizar o controle configurando um cookie de não utilização do IBM Coremetrics em seu navegador.

Assim que tiver promovido um parceiro, você observará que a página Organizações de Parceiros será atualizada com um novo Estado para o parceiro selecionado. Você pode navegar de volta para a guia Integração no AdTarget para ver se o status do parceiro foi alterado de Active-Test para Ativo (na produção).

4. Desativando um Parceiro Se você não quiser mais organizar dados para um parceiro, poderá desativar esse parceiro. Navegue até a página Organizações de Parceiros no AdTarget, guia Gerenciamento e clique em **Desativar este Parceiro**.

Assim que tiver desativado um parceiro, você observará que a página Organizações de Parceiros será atualizada com um novo Estado mostrado para o parceiro selecionado. É possível navegar de volta para a guia Integração no AdTarget para ver se o status do parceiro foi alterado de Ativo (na produção) para Organização desativada.

5. Voltando para “Active-Test”

   Se você não quiser desativar a organização com um parceiro, mas precisa suspender a organização de dados de produção, poderá voltar o parceiro para um estado Active-Test a partir de seu estado Ativo. Isso interrompe a organização de dados de produção para todos os visitantes, exceto aqueles que configuraram explicitamente o cookie de teste em seu navegador.

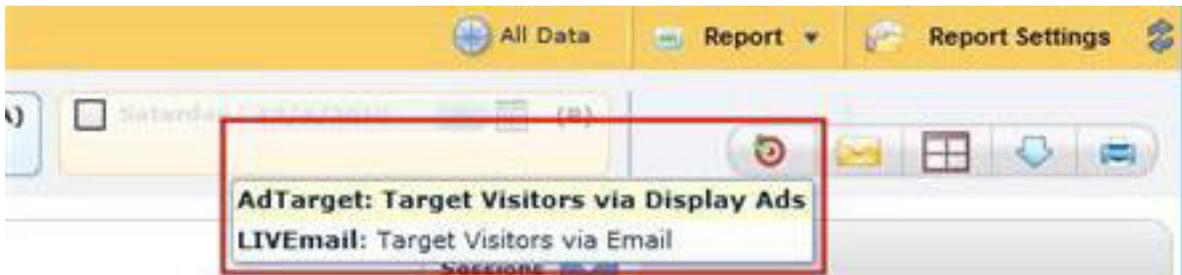
   Se for encontrado algum problema na operação do seu Web site de produção que você ache que possa ser atribuído à organização de dados do AdTarget, a primeira etapa a ser realizada para resolver o problema é reverter seu parceiro de um estado Ativo para um estado Active-Test para que o IBM Coremetrics, o parceiro e o cliente possam determinar se o problema está relacionado à funcionalidade do AdTarget.

   CUIDADO:
   Se for observado qualquer comportamento inesperado do site e você acreditar que isso possa ser atribuído à organização de dados do AdTarget com seu parceiro selecionado, desative a organização voltando para o modo Active-Test. É fornecido um botão na guia Gerenciamento > página Organizações de Parceiros que permitirá desativar a organização Ativa com um parceiro.

   Nota: A desativação ou a reversão da organização de um parceiro para Active-Test demora alguns minutos para se propagar completamente em todos os sistemas do IBM Coremetrics que estão gerenciando a coleta de dados em nome dos clientes. Se você tiver um problema com o site e tiver desativado a organização do AdTarget com um parceiro para determinar se essa era a

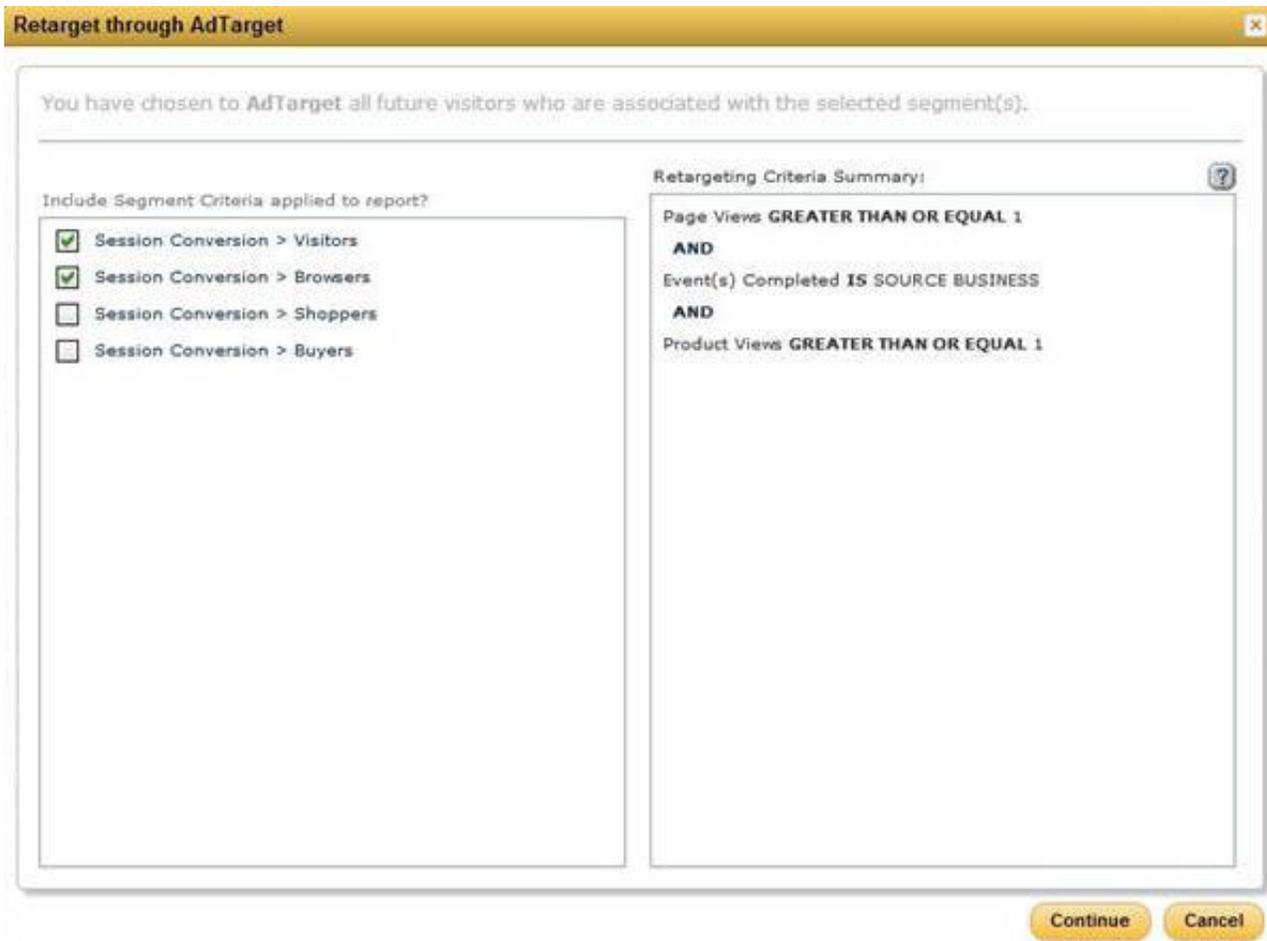
origem do problema, aguarde alguns minutos para que o sistema processe a solicitação. O AdTarget não levará mais de 10 minutos para desativar ou reverter a organização de dados para Active-Test para um cliente e parceiro.

Capítulo 5. Redestinação do Aplicativo IBM Coremetrics

A integração do aplicativo no conjunto de otimização de marketing do IBM Coremetrics permite definir rapidamente segmentos de público do AdTarget diretamente de relatórios que são fornecidos no Explore ou Search Marketing. Se sua organização tiver uma licença para o Explore ou o Search Marketing além do AdTarget, você observará um ícone **Visitantes de Destino** localizado próximo às outras operações do aplicativo.

Enquanto estiver no contexto de análise de qualquer relatório no Explore ou Search Marketing, você poderá selecionar uma ou mais linhas no relatório clicando nas caixas de seleção no lado esquerdo da linha para redestinar o preenchimento do visitante associado a essas linhas. Após selecionar as linhas do relatório, clique em **Visitantes de Destino** e selecione **AdTarget: Visitantes de Destino por meio de Propagandas**. Ao escolher redestinar um preenchimento do visitante, você está efetivamente definindo um segmento do visitante do AdTarget. Será solicitado a você um diálogo que resume os critérios do segmento de destino com base nas linhas do relatório selecionadas. Dependendo do contexto de dados, será solicitado que você esclareça o segmento de redestinação pretendido usando as seguintes caixas de seleção:

Coluna de Exibição
: Se o relatório tiver mais de uma coluna de exibição, identifique a coluna na qual deseja basear os critérios do segmento. À medida que fizer sua seleção, você verá a atualização do Resumo dos Critérios de Redestinação.

Ação
: Se seu relatório for baseado em um produto ou uma coluna de eventos, esclareça qual ação você deseja. Por exemplo, se estiver definindo um destino com base na coluna de um produto, você terá opções como Produtos Abandonados, Colocados no Carrinho de Compras, Comprados ou Visualizados. Se estiver definindo um destino com base em um evento, você terá opções como Eventos Iniciados ou Concluídos.

Incluir Segmento:
: Se seu relatório do IBM Coremetrics Explore tiver um mesmo segmento de sessão aplicado a ele, você também terá a opção de incluir esses critérios na sua definição de segmento de redestinação clicando na caixa de seleção.

Após Ter Transferido para o AdTarget

Após clicar em **Continuar**, a definição do segmento é passada para o AdTarget e você é levado à tela definição do segmento que resume os critérios e solicita que você nomeie o novo segmento. Enquanto estiver nesta tela, você também terá a opção de editar os critérios ou incluir critérios adicionais. Se desejar salvar o segmento e aplicá-lo posteriormente, clique em **Salvar Segmento**. Se estiver pronto para incluir em sua alimentação ou para organizar, clique em **Salvar e Organizar** no AdTarget. Em seguida, selecione as configurações do Parceiro de Destino Comportamental nas quais deseja incluir este novo segmento de público.

Opções de Segmentação

O Explore suporta um amplo intervalo de opções de segmentação e campos de dados. Apenas as opções de segmentação que o Explore e o AdTarget têm em comum serão disponibilizadas para você. Você será notificado se os critérios selecionados não forem aplicáveis aos critérios do segmento suportado pelo AdTarget. Todas as definições do segmento passadas para o AdTarget devem ser da "mesma sessão" por natureza. A tabela a seguir identifica se uma definição particular de critérios pode ou não ser passada para o AdTarget. **Sim** indica que ela pode ser passada; **Não** indica que ela não pode ser passada dessa vez, um valor de nome indica que ela é passada com um nome um pouco diferente e **Esclarecimento do Tipo de Ação** indica que será solicitado que o usuário sugira

como esse campo deve ser usado (por exemplo, produtos comprados versus abandonados versus procurados versus colocados no carrinho de compras).

Campos do Explore	Campos do AdTarget
Registro	
ID de Registro	Não
Endereço de E-mail	Não
Solicitante de Registro	Não
Comprador	Não
Visitante Novo/Repetido	Não
Gênero	Não
Idade	Não
Nível de Educação	Não
Nível de Renda	Não
Atributos de Registro	Não
País Registrado	Não
Estado Registrado	Não
Cidade Registrada	Não
CEP Registrado	Não
Linha superior	
Vendas	Sim
Ordens	Sim
Visualizações do Produto	Sim
Itens Colocados no Carrinho de Compras	Itens Colocados no Carrinho de Compras
Itens Solicitados	Itens Comprados
Itens Abandonados	Não
Visualizações de Páginas	Sim
Procuras no Site	Sim
Eventos	Total de Eventos Concluídos
Pontos de Eventos	Sim
Visualizações de Elementos	Sim
Duração da Sessão	Sim
Marketing	
Canal de Marketing	Sim
Programa de Marketing	Sim
Fornecedor de Marketing	Sim
Categoria de Marketing	Sim
Posicionamento de Marketing	Sim
Item de Marketing	Sim
Atributos de Marketing	Sim
Mecanismo de Procura Natural	Sim
Termo de Procura Natural	Sim
Site de Referência	Sim

Campos do Explore	**Campos do AdTarget**
URL de Indicação	Sim
URL de Destino	Sim
Merchandising/produtos	
ID da Ordem	Sim
Atributos de Visualização do Produto	Sim
Atributos da Loja	Sim
Atributos da Ordem	Sim
Categorias dos Produtos Visualizados - Integral	Categorias dos Produtos Visualizados
Categorias dos Produtos Visualizados - Parte Superior	Não
Categorias dos Produtos Visualizados - Parte Inferior	Não
Nomes dos Produtos Visualizados	Nomes dos Produtos Visualizados
IDs dos Produtos Visualizados	IDs dos Produtos Visualizados
Categorias dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras - Integral	Categorias dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras
Categorias dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras - Parte Superior	Não
Categorias dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras - Parte Inferior	Não
Nomes dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras	Nomes dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras
IDs dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras	IDs dos Produtos Colocados no Carrinho de Compras
Categorias dos Produtos Abandonados - Integral	Não
Categorias dos Produtos Abandonados - Parte Superior	Não
Categorias dos Produtos Abandonados - Parte Inferior	Não
Nomes dos Produtos Abandonados	Não
IDs dos Produtos Abandonados	Não
Categorias dos Produtos Comprados - Integral	Categorias dos Produtos Comprados
Categorias dos Produtos Comprados - Parte Superior	Não
Categorias dos Produtos Comprados - Parte Inferior	Não
Nomes dos Produtos Comprados	Nomes dos Produtos Comprados
IDs dos Produtos Comprados	IDs dos Produtos Comprados
Categoria do Produto - Integral	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
Categoria do Produto - Parte Superior	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
Categoria do Produto - Parte Inferior	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
ID do Produto	[Esclarecimento do Tipo de Ação]

Campos do Explore	Campos do AdTarget
Nome do Produto	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
Conteúdo	
Categoria de Conteúdo - Integral	Categorias de Conteúdo Procuradas
Categoria de Conteúdo - Parte Inferior	Não
Categoria de Conteúdo - Parte Superior	Não
Categorias de Conteúdo Procuradas - Integral	Categorias de Conteúdo Procuradas
Categorias de Conteúdo Procuradas - Parte Inferior	Não
Categorias de Conteúdo Procuradas - Parte Superior	Não
Categoria do Elemento	Categorias dos Elementos Visualizados
Nome do Elemento	Elementos Visualizados
Categorias dos Elementos Visualizados	Categorias dos Elementos Visualizados
Elementos Visualizados	Elementos Visualizados
Eventos Iniciados	Eventos Iniciados
Eventos Concluídos	Eventos Concluídos
Categoria de Evento	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
Categorias de Eventos Iniciados	Categorias de Eventos Iniciados
Categorias de Eventos Concluídos	Categorias de Eventos Concluídos
Nome do Evento	[Esclarecimento do Tipo de Ação]
Termo de Procura no Site	Termos de Procura no Site
Termos de Procura no Site	Termos de Procura no Site
Página	Páginas Procuradas
Páginas Procuradas	Páginas Procuradas
URL de Referência à Página	Não
URL da Página	Urls Procuradas
URLs Procuradas	Urls Procuradas
Estado Real - Integral	Não
Estado Real - Link	Não
Estado Real - Página	Não
Estado Real - Área da Página	Não
Estado Real - Versão	Não
Promoção do Site - Integral	Não
Promoção do Site - Link	Não
Promoção do Site - Página	Não
Promoção do Site - Promoção	Não
Promoção do Site - Tipo de Promoção	Não
Páginas de Entrada	Não
Atributos de Página	Sim
Atributos do Evento	Sim
Atributos de Elemento	Sim

Campos do Explore	Campos do AdTarget
Geografia	
País	Não
Estado	Não
Cidade	Não
DMA	Não
Domínio do 2º Nível	Não
Propriedades Técnicas	
Tipo de Navegador	Não
Espessura da Cor	Sim
Velocidade da Conexão	Não
Tipo de Conexão	Não
Versão JavaScript	Sim
Idioma	Não
Dispositivo Remoto	Não
Rede Móvel	Não
Sistema Operacional	Não
Resolução da Tela	Sim
Fuso Horário	Sim

Capítulo 6. Perguntas Mais Frequentes sobre o AdTarget

P: Quais tags adicionais são necessárias para implementar o AdTarget?
R: O AdTarget não requer nenhuma tag de site adicional do IBM Coremetrics ou de Parceiros de Rede do AdTarget com quem você está trabalhando.

P: É necessário uma atualização da biblioteca de tags do IBM Coremetrics?
R: Sim, é necessário uma versão atualizada da biblioteca de tags do IBM Coremetrics (eluminate.js). Além disso, dependendo da configuração, uma atualização para a biblioteca de tags do IBM Coremetrics (cmdatatagutils.js) também pode ser necessária.

P: Os dados podem ser exportados para redes não integradas com o IBM Coremetrics?
R: Os dados organizados usando o AdTarget podem ser transferidos apenas para os Parceiros de Rede do AdTarget quando tiverem implementado a integração de requisito com a API do IBM Coremetrics para receber dados de tags do site do Cliente do IBM Coremetrics. Entretanto, os Clientes do IBM Coremetrics podem usar o IBM Coremetrics Export para distribuir dados do visitante altamente segmentados para Parceiros não-AdTarget. Informe ao seu representante de contas do IBM Coremetrics sobre redes de terceiros que você deseja ver dentro do IBM Coremetrics para o aplicativo AdTarget.

P: Os dados organizados serão retidos para uso exclusivo do Cliente e existe algum encargo de CPC, CPM ou CPE associado avaliado?
R: Considerações para custo e uso após a organização devem ser resolvidas entre anunciantes e redes. O IBM Coremetrics funciona simplesmente como um meio para coletar, segmentar e organizar os dados da atividade do visitante. Certifique-se de ter contratos estabelecidos com os Parceiros do AdTarget com os quais trabalhará.

P: Quantos Parceiros podem ser ativados ao mesmo tempo?
R: Os clientes podem ativar a organização de dados com até três Parceiros de Rede do AdTarget simultaneamente.

P: Com que frequência os dados podem ser organizados para os Parceiros de Rede do AdTarget?
R: Os dados são transmitidos aos Parceiros de Rede do AdTarget em tempo real. À medida que os visitantes interagem com o site de um Cliente, o AdTarget tentará fazer a correspondência do comportamento do visitante com os segmentos que foram definidos e assim que esta correspondência ocorrer, o AdTarget organizará os dados para os Parceiros de Rede do AdTarget designados.

P: Quantos segmentos podem ser definidos no AdTarget?
R: Atualmente, não há limite sobre o número total de segmentos que podem ser definidos por usuários no AdTarget. Entretanto, você está limitado a um total de 30 segmentos ativos em todos os Parceiros de Rede do AdTarget ativos.

P: Os segmentos criados no Explore ou no Web Analytics podem ser aproveitados no AdTarget?
R: Os segmentos definidos no AdTarget estão disponíveis para uso apenas

no AdTarget e não podem ser diretamente aplicados no Explore ou no Web Analytics. Entretanto, a lógica de segmentação usada no AdTarget pode ser replicada no Explore para análise.

P: Quanto tempo demora para ativar ou desativar a organização do Parceiro dentro do sistema do IBM Coremetrics?

R: As solicitações de ativação e desativação feitas a partir da UI do AdTarget podem levar até 10 minutos para serem completamente processadas.

P: Uma organização ativa pode ser modificada? Se puder, com que frequência?

R: Sim, os Clientes podem escolher atualizar ou modificar uma organização do Parceiro que já esteja ativa. As mudanças feitas na configuração entrarão em vigor imediatamente, sujeitas ao tempo máximo de 10 minutos para serem completamente processadas.

P: Os relatórios ad hoc podem ser configurados no AdTarget?

R: Não. O AdTarget fornece relatórios resumo padrão pela campanha publicitária, quando eles são ativados na base do parceiro. Para uma análise de atribuição aprofundada, o IBM Coremetrics oferece:

- Análise do IBM Coremetrics Impression Attribution no Explore por uma taxa adicional
- Exibir uma análise de desempenho e atribuição click-through de propaganda

nos serviços-padrão do relatório de Programas de Marketing no Web Analytics.

P: O Impression Attribution é um requisito para o AdTarget?

R: Não. O AdTarget fornecerá relatórios resumo para analisar o desempenho de campanhas publicitárias e o Impression Attribution não é exigido, nem é um serviço empacotado com a licença de um Cliente para o AdTarget.

P: As métricas de impressão estarão disponíveis na interface de relatório do AdTarget para Clientes que tenham um Impression Attribution licenciado?

R: Não. Como o Impression Attribution não é exigido para o AdTarget, as métricas do Impression Attribution não são incluídas nos relatórios predefinidos oferecidos no AdTarget. O IBM Coremetrics procurará oferecer relatórios padrão do Impression Attribution nativos ao AdTarget em uma liberação futura.

P: Meu grupo de TI observou um arquivo `rules.js` vazio do IBM Coremetrics após a implementação dos arquivos atualizados da biblioteca de tags do IBM Coremetrics. O que é este arquivo e por que ele está vazio?

R: O arquivo `rules.js` contém informações relacionadas a tipos específicos de eventos de segmento e transação de dados configurados pela sua organização no AdTarget e aprovados para organização com um Parceiro. Até você realmente especificar ou configurar um relacionamento de organização de dados com um Parceiro, o arquivo `rules.js` permanecerá vazio. Portanto, se você tiver implementado as bibliotecas de tags do AdTarget, mas ainda não tiver configurado a organização com pelo menos um Parceiro do AdTarget, o arquivo `rules.js` permanecerá vazio.

P: É possível ver rolagens de relatórios semanais ou mensais no relatório do AdTarget?

R: Atualmente, o relatório do AdTarget oferece apenas níveis diários de granularidade, mas você tem a opção para os dados de tendência.

P: Se toda a lógica de segmento do AdTarget for atividade 'em sessão', como o IBM Coremetrics distinguirá se um visitante é "Novo" versus "Repetido" para esses segmentos padrão fornecidos no AdTarget?

R: O IBM Coremetrics' configurará um "primeiro sinalizador de visita" se uma sessão corresponder a um em que nenhum cookie do IBM Coremetrics estava presente e, na sequência, solicitou que um fosse configurado. Portanto, se uma sessão pertencer a um navegador que não tenha atualmente um cookie do IBM Coremetrics, nós identificaremos a sessão como sendo de um "novo visitante" versus um visitante que tem um cookie do IBM Coremetrics, que seria identificado como um "visitante de repetição".

P: Meu Parceiro do AdTarget afirma que eles aceitaram a solicitação de organização de dados da minha organização, mas que não estão vendo nenhum evento de transação. Qual pode ser o problema?

R: Primeiro, verifique se o Parceiro está no modo Teste. Se estiver, os eventos de organização de dados serão lançados SOMENTE quando um cookie de teste for configurado. Se você e o parceiro estiverem prontos para a organização de dados de nível de produção, promova a organização do parceiro a partir da guia Gerenciar do AdTarget.

P: Quando um Parceiro desativa a organização (do modo de Teste Ativo ou do modo Ativo), a organização Cliente-Parceiro é completamente desativada?

R: Sim. Quando um parceiro desativa a organização com um cliente, os dados não fluirão do Web site do cliente para o parceiro. O cliente que é desativado pelo parceiro ainda aparece na lista Clientes Pendentes do parceiro. Da perspectiva do cliente, a UI do AdTarget ainda exibe o ícone do parceiro como configurado, mas sua cor é alterada e exibe um estado desativado quando você passa o mouse sobre ele.

P: Se houver vários Parceiros do AdTarget configurados e Ativos, as tags do IBM Coremetrics farão todas as chamadas da organização de dados em paralelo ou em sequência?

R: O IBM Coremetrics faz o download de arquivos JavaScript do cliente em paralelo (por exemplo, o Internet Explorer faz o download de dois de cada vez e o Firefox faz o download de quatro de cada vez). Entretanto, o JavaScript não suporta a execução paralela, portanto, as chamadas de organização são executadas em série.

P: Se um Parceiro do AdTarget não responder com um cookie ou a um evento de organização de dados, como se comportarão as bibliotecas de tags do IBM Coremetrics? Haverá alguma latência na sessão do visitante?

R: Isso depende de como a página é marcada. A maioria dos clientes inclui tags do IBM Coremetrics no final da página. Neste caso, a página será completamente carregada (geralmente) antes de os scripts do IBM Coremetrics serem carregados. Algumas ferramentas de monitoramento, como Keynote, medem o tempo de carregamento da página e o tempo que leva para terminar a execução de todos os scripts iniciados no carregamento. Um Parceiro mais lento pode afetar este número. Se a tag estiver na parte superior da página, é possível que a solicitação de um Parceiro mais lento atrase o carregamento da página. O IBM Coremetrics recomenda monitorar as solicitações do Parceiro do AdTarget no modo active_test antes de se comprometer no modo de organização (produção total) ativo com qualquer parceiro para assegurar que a latência de carregamento da página esteja dentro de um intervalo aceitável.

P: E se o Parceiro do AdTarget não capturar um evento de organização de dados? O IBM Coremetrics tentará novamente o evento de organização?

R: O IBM Coremetrics não tentará enviar novamente um evento de organização de dados se a primeira tentativa falhar.

Apêndice A. Informações Adicionais de Contato

Se for necessária assistência adicional, entre em contato com a IBM usando um dos métodos a seguir:

- Suporte técnico: cm_support@us.ibm.com
- Feedback do produto: cm_feedback@us.ibm.com

Nota: O feedback do produto são recomendações para a melhoria do produto; não use o endereço de feedback para obter assistência adicional.

EUA	
IBM 1840 Gateway Drive Suite 320 San Mateo, CA 94404 Grátis: 1.866.493.2673 Tel: 650.762.1400 Fax: 650.762.1499 e-mail: cm_support@us.ibm.com	IBM Suporte ao Cliente cm_support@us.ibm.com
IBM Austin 10814 Jollyville Road Building IV, Floor 3 Austin, TX 78759 Tel: 512.682.1101	IBM Dallas 4550 SH 360 Suite 100 Grapevine, TX 76051 Tel: 682.223.5300
Europa	
IBM Europe Ltd. Lotus Park The Causeway Staines Middlesex TW18 3AG U.K. Tel: +44 (0)8706 006123 Fax: +44 (0)1784 469345 E-mail: cm_europe@us.ibm.com	IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Alemanha Tel: +49 (0)40 82242 097 Fax: +49 (0)40 82242 181 E-mail: cm_deutschland@us.ibm.com
IBM França 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex França Tel: +33 (0) 1 58 75 22 41 Fax: +33 (0) 1 58 75 22 41 E-mail: cm_france@us.ibm.com	
Ásia Pacífico	

IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832 E-mail: cm_asiapac@us.ibm.com	IBM Austrália e Nova Zelândia 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE (Outros) +612 9354 9308 E-mail: cm_asiapac@us.ibm.com

Apêndice B. Suporte

Centro de Suporte

O site de Suporte IBM Coremetrics pode ser localizado em `https://support.coremetrics.com` ou clicando no link de Suporte na barra de menus do aplicativo.

O Site do Centro de Suporte contém o seguinte:

- **Uma base de conhecimento pesquisável** para responder às perguntas e fornecer acesso instantâneo para documentos essenciais, como guias de implementação, glossários de métricas, guias do usuário, notas sobre o release e mais.
- **Ferramentas educacionais**, como treinamentos baseados na Web e webinars arquivados.
- **Informações de marketing** incluindo casos de referência, White Papers e próximos eventos, como Reunião de Cúpula com o Cliente.
- **Notificações** do Suporte.
- **Rastreamento de problema** a partir da criação de um chamado por meio da sua resolução, o que fornece insight completo no status de suas consultas.
- **Feedback** para que você possa oferecer sugestões para melhorar o site de suporte. (Envie feedback sobre os aplicativos IBM Coremetrics para cm_feedback@us.ibm.com).
- **Bate-papo** para que você possa ter acesso imediato a um de nossos representantes de Boas Práticas.

Avisos

Estas informações foram desenvolvidas para produtos e serviços oferecidos nos Estados Unidos.

É possível que a IBM não ofereça os produtos, serviços ou recursos discutidos nesta publicação em outros países. Consulte um representante IBM local para obter informações sobre produtos e serviços disponíveis atualmente em sua área. Qualquer referência a produtos, programas ou serviços IBM não significa que apenas produtos, programas ou serviços IBM possam ser utilizados. Qualquer produto, programa ou serviço funcionalmente equivalente, que não infrinja nenhum direito de propriedade intelectual da IBM poderá ser utilizado em substituição a este produto, programa ou serviço. Entretanto, a avaliação e verificação da operação de qualquer produto, programa ou serviço não IBM são de responsabilidade do Cliente.

A IBM pode ter patentes ou solicitações de patentes pendentes relativas a assuntos tratados nesta publicação. O fornecimento desta publicação não lhe garante direito algum sobre tais patentes. Pedidos de licença devem ser enviados, por escrito, para:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Av. Pasteur, 138-146
Botafogo
Rio de Janeiro, RJ
CEP 22290-240

Para pedidos de licença relacionados a informações de Conjunto de Caracteres de Byte Duplo (DBCS), entre em contato com o Departamento de Propriedade Intelectual da IBM em seu país ou envie pedidos de licença, por escrito, para:

IBM World Trade Asia Corporation
Licensing
2-31 Roppongi 3-chome, Minato-ku
Tokyo 106,
Japan

O parágrafo a seguir não se aplica ao Reino Unido ou qualquer outro país em que tais disposições não estejam de acordo com a legislação local: A INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FORNECE ESTA PUBLICAÇÃO "NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRA", SEM GARANTIA DE NENHUM TIPO, SEJA EXPRESSA OU IMPLÍCITA, INCLUINDO, MAS A ELAS NÃO SE LIMITANDO, AS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE NÃO-INFRAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO OU ADEQUAÇÃO A UM DETERMINADO PROPÓSITO. Alguns países não permitem a exclusão de garantias expressas ou implícitas em certas transações; portanto, essa disposição pode não se aplicar ao Cliente.

Essas informações podem conter imprecisões técnicas ou erros tipográficos. São feitas alterações periódicas nas informações aqui contidas; tais alterações serão incorporadas em futuras edições desta publicação. A IBM pode, a qualquer momento, aperfeiçoar e/ou alterar os produtos e/ou programas descritos nesta publicação, sem aviso prévio.

Referências nestas informações a Web sites que não sejam da IBM são fornecidas apenas por conveniência e não representam de forma alguma um endosso a estes Web sites. Os materiais contidos nesses Web sites não fazem parte dos materiais desse produto IBM e a utilização desses Web sites é de inteira responsabilidade do Cliente.

A IBM pode utilizar ou distribuir as informações fornecidas da forma que julgar apropriada sem incorrer em qualquer obrigação para com o Cliente.

Licenciados deste programa que desejam obter informações sobre este assunto com objetivo de permitir: (i) a troca de informações entre programas criados independentemente e outros programas (incluindo este) e (ii) a utilização mútua das informações trocadas, devem entrar em contato com:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Av. Pasteur, 138-146
Botafogo, Rio de Janeiro, RJ
CEP 22290-240

Tais informações podem estar disponíveis, sujeitas aos termos e condições apropriados, incluindo, em alguns casos, o pagamento de uma taxa.

O programa licenciado descrito nesta publicação e todo o material licenciado disponível são fornecidos pela IBM sob os termos do Contrato com o Cliente IBM, do Contrato de Licença de Programa Internacional IBM ou de qualquer outro contrato equivalente.

Os dados de desempenho aqui contidos foram determinados em um ambiente controlado. Portanto, os resultados obtidos em outros ambientes operacionais podem variar significativamente. Algumas medidas podem ter sido tomadas em sistemas em nível de desenvolvimento e não há garantia de que estas medidas serão as mesmas em sistemas disponíveis em geral. Além disso, algumas medidas podem ter sido estimadas por meio de extrapolação. Os resultados reais podem variar. Os usuários desta publicação devem verificar os dados aplicáveis ao seu ambiente específico.

As informações relativas a produtos não IBM foram obtidas dos fornecedores desses produto, de seus anúncios publicados ou de outras fontes publicamente disponíveis. A IBM não testou estes produtos e não pode confirmar a precisão do desempenho, da compatibilidade ou de qualquer outra reivindicação relacionada a produtos não IBM. As perguntas sobre os recursos de produtos não IBM devem ser endereçadas aos fornecedores desses produtos.

Todas as instruções relativas à orientação ou intenção futura da IBM estão sujeitas a alterações ou retiradas sem aviso prévio e representam apenas metas e objetivos.

Estas informações contêm exemplos de dados e relatórios usados em operações de negócios diárias. Para ilustrá-los da maneira mais completa possível, os exemplos incluem os nomes de indivíduos, empresas, brands e produtos. Todos esses nomes são fictícios e qualquer semelhança com nomes e endereços usados por uma empresa real é totalmente coincidência.

Marcas Registradas

IBM, o logotipo da IBM e ibm.com são marcas ou marcas registradas da International Business Machines Corp., registradas em muitas jurisdições em todo o mundo. Outros nomes de produtos e serviços podem ser marcas registradas da IBM ou de outras empresas. Uma lista atual de marcas registradas da IBM está disponível na Web em "Copyright and trademark information" em www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.